



Sílabo de Seminario de Gestión

I. Datos generales

Código	ASUC 00777			
Carácter	Obligatorio			
Créditos	4			
Periodo académico	2020			
Prerrequisito	Ninguno			
Horas	Teóricas:	2	Prácticas:	4

II. Sumilla de la asignatura

La asignatura corresponde al área de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico-práctica. El propósito de la asignatura es desarrollar en el estudiante la capacidad de producir proyectos integrales de arquitectura basados en necesidades del territorio que incluye el desarrollo de los espacios programados demostrando una comprensión de los sistemas constructivos, estructurales, ambientales y disposiciones de seguridad de vida.

La asignatura contiene: la administración de los recursos humanos en un proyecto, en una obra, en una empresa o en una institución, el liderazgo, dirección, gestión eficaz del tiempo, tratamiento de conflictos, motivación de grupos y trabajadores, tomas de decisiones eficaces y oportunas, el marketing inmobiliario, la gerencia, el trato al cliente que motivará hacia la creación de una empresa consultora, constructora o de proyectos.

III. Resultado de aprendizaje de la asignatura

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de diseñar planes de negocio aplicando con pertinencia las herramientas de uso estratégico para optimizar recursos, gestionando adecuadamente los recursos humanos e innovando en el marketing para el posicionamiento de la empresa con la finalidad de obtener una ventaja competitiva.



IV. Organización de aprendizajes

Unidad I		Duración en horas	24
Diagnóstico y análisis estratégico de una empresa			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de realizar un diagnóstico de la situación real para emprender un negocio.		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Negocio, empresa y su entorno ✓ La gestión de un negocio, herramientas ✓ Visión y misión del negocio ✓ Análisis del entorno empresarial y análisis interno de la empresa ✓ Objetivos estratégicos, ventaja comparativa y ventaja competitiva ✓ Análisis FODA 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Analiza de modo crítico un negocio – empresa. ✓ Analiza los factores que influyen en el desarrollo de un negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valora la importancia de aplicar la gestión de negocios para incrementar la productividad de la empresa. 	
Instrumento de evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Rúbrica de evaluación 		
Bibliografía (básica y complementaria)	<p>Básica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leceta, A. (2017). <i>Manual de dirección y control de obra</i>. Madrid. s.n. • Fernández, A. (2001). El CMI. "Ayudando a implantar la estrategia". S.l.: IESE. <p>Complementaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oviedo, A. (2008). <i>Gestión de negocios</i> (1ª ed.). Argentina: Astrea. • Porter, M. (1987). <i>Ventaja competitiva</i> (1º ed.). México D.F. 		
Recursos educativos digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos, preparación y diseño de un plan estratégico: http://athanorperu.com/descargas/07Planeamiento%20estrategico.pdf 		



Unidad II		Duración en horas	24
Estrategias de negocio como herramienta de competitividad			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar y desarrollar el modelo de negocio de una organización.		
Conocimientos		Habilidades	Actitudes
✓Definición del modelo de negocio ✓Modelos de negocios abiertos ✓Herramientas para diseñar modelos de negocio ✓La innovación en un modelo de negocio		✓Describe el modelo de un negocio. ✓Procesa información acerca de un negocio. ✓Desarrolla estrategias para la mejora de la competitividad de un negocio.	✓Valora la importancia de aplicar la gestión de negocios para incrementar la productividad de la empresa.
Instrumento de evaluación	• Rúbrica de evaluación		
Bibliografía (básica y complementaria)	Básica: • Leceta, A. (2017). <i>Manual de dirección y control de obra</i> . Madrid. s.n. • Fernández, A. (2001). El CMI. "Ayudando a implantar la estrategia". S.I.: IESE. Complementaria: • Oviedo, A. (2008). <i>Gestión de negocios</i> (1ª ed.). Argentina: Astrea. • Porter, M. (1987). <i>Ventaja competitiva</i> (1º ed.). México D.F.		
Recursos educativos digitales	• Fundamentos, preparación y diseño de un plan estratégico: http://athanorperu.com/descargas/07Planeamiento%20estrategico.pdf		



Unidad III Gestión de personal		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar la importancia del talento humano en las organizaciones.		
Conocimientos		Habilidades	Actitudes
✓ Conocimientos del papel y la importancia de las personas en una organización ✓ Comportamiento humano en el contexto organizacional ✓ Diagnóstico de recursos humanos y Planificación en Recursos Humanos ✓ Cultura y clima organizacional		✓ Reconoce la gestión del talento humano como socio estratégico para la organización. ✓ Identifica la cultura organizacional como parte del desarrollo de una empresa.	✓ Toma conciencia del rol y la importancia de la Gestión de Personas dentro de una organización así como reconoce el papel predominante en una empresa.
Instrumento de evaluación	• Rúbrica de evaluación		
Bibliografía (básica y complementaria)	Básica: • Leceta, A. (2017). <i>Manual de dirección y control de obra</i> . Madrid. s.n. • Fernández, A. (2001). El CMI. "Ayudando a implantar la estrategia". S.l.: IESE. Complementaria: • Arias, F. y Heredia, V. (2011). <i>Administración de recursos humanos para el alto desempeño (6ª ed.)</i> . México: Trillas Editores. • Chiavenato, I. (2009). <i>Gestión de talento humano (3ª ed.)</i> . México: McGraw Hill Interamericana editores, SA.		
Recursos educativos digitales	• Mejoran gestión del RH: https://search.proquest.com/central/docview/751835613?accountid=146219		



Unidad IV Mercadotecnia en la empresa		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar los aspectos fundamentales e importancia de la mercadotecnia en la gestión competitiva de negocios.		
Conocimientos		Habilidades	Actitudes
✓ Gestión de la mercadotecnia: gestión de las relaciones con el cliente ✓ Mercadotecnia en la era digital ✓ Gestión de la información de la mercadotecnia ✓ Proceso de investigación comercial ✓ Estrategias de posicionamiento para obtener una ventaja competitiva		✓ Identifica los enfoques de la gestión de marketing y reconoce la gestión de relaciones con el cliente. ✓ Distingue la importancia de generar un sistema de información de mercado. ✓ Genera estrategias de posicionamiento.	✓ Valora la importancia, a nivel personal y empresarial del marketing, en el logro de objetivos y gestión competitiva de negocios.
Instrumento de evaluación	• Rúbrica de evaluación		
Bibliografía (básica y complementaria)	Básica: • Leceta, A. (2017). <i>Manual de dirección y control de obra</i> . Madrid. s.n. • Fernández, A. (2001). El CMI. "Ayudando a implantar la estrategia". S.I.: IESE. Complementaria: • Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). <i>Fundamentos de marketing</i> (11º ed.). México: Pearson • Stanton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2007). <i>Fundamentos de marketing</i> (14º ed.). McGraw Hill.		
Recursos educativos digitales	• El cibermarketing como estrategia para el fortalecimiento de la Mipyme en el municipio de Sincelejo: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762013000200006		



V. Metodología

En el desarrollo de la asignatura se empleará una metodología activa centrada en el aprendizaje del estudiante. Para el logro de los resultados de aprendizaje, se aplicará el aprendizaje cooperativo a partir de exposiciones dialogadas y participativas, combinadas con dinámicas y talleres, lecturas en el manejo gerencial de una empresa y la aplicación como trabajo de investigación del desarrollo de un plan de negocios real asignado a los estudiantes y la asesoría permanente en el aula. Para ello se analizará videos empresariales, casos de éxito empresarial y las diversas formas de un modelo de negocios aunado de un plan estratégico, táctico y operativo para que puedan implementar en el trabajo práctico. Mediante el aula virtual se facilitarán los recursos necesarios a fin de afianzar los conocimientos impartidos en clase.

VI. Evaluación

Rubros	Comprende	Instrumentos	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisitos o conocimientos de la asignatura	Prueba objetiva	Requisito
Consolidado 1	Unidad I	Rúbrica de evaluación	20%
	Unidad II	Rúbrica de evaluación	
Evaluación parcial	Unidad I y II	Rúbrica de evaluación	20%
Consolidado 2	Unidad III	Rúbrica de evaluación	20%
	Unidad IV	Rúbrica de evaluación	
Evaluación final	Todas las unidades	Rúbrica de evaluación	40%
Evaluación sustitutoria (*)	Todas las unidades	No aplica	

(*) Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20\%) + EP (20\%) + C2 (20\%) + EF (40\%)$$